



2025-02-19

## K2 Outreach – så skriver du!

### Vad är K2 Outreach

K2 Outreach är en serie populärvetenskapliga översikter som riktar sig till aktörer inom kollektiv mobilitet. Det kan, beroende på ditt ämne, till exempel handla om anställda vid trafikföretag eller tjänstemän på regionala kollektivtrafikmyndigheter.

En annan möjlig målgrupp är politiker som jobbar med frågor inom kollektiv mobilitet.

Dessa är dina tänkta läsare.

Generellt är dessa målgrupper intresserade av resultat, och mindre intresserade av exempelvis metodfrågor, förslag på nya forskningsfrågor och motsvarande som hör forskningen till. Vanligtvis efterfrågas konkreta svar och verktyg för användning i vardagen. Samtidigt har de begränsat med tid vilket innebär att K2 Outreach ska vara lättillgängligt sett till språk och innehåll.

Syftet med en K2 Outreach är att sammanfatta och sprida kunskap till målgrupper som vanligtvis är högtbildade men som inte alltid har vanan eller tiden att läsa vetenskapliga rapporter eller artiklar. En K2 Outreach som uppnått syftet kan inte passera som exempelvis en vetenskaplig artikel utan kraftiga omskrivningar. Det handlar om helt olika genrer.

### Att tänka på

- Nyhetsvärdera! Vad är viktigast för läsaren?
- Var pedagogisk. Förklara begrepp.
- Skriv ut förkortningar.
- Skriv direkt och var konkret.
- Variera meningarnas längd för flyt i texten.
- Var hellre övertydlig än otydlig.
- Lyft fram kunskapen, inte litteraturen.
- Var resultatorienterad. Det är inte viktigt vem som kommit fram till vad, ännu mindre vem som studerat vad. Källan återfinns i referensen.
- Vad betyder resultatet? Vad kan läsaren använda det till?

### Använd

- Tydliga resonemang
- Punktlister
- Grafik om möjligt
- Exempel för att belysa resultaten

## Undvik

- Alltför långa meningar med inskjutna bisatser
- Väldigt långa stycken
- Facktermer som inte används utanför akademien
- Krångliga ord

## Formalia

- Kontakta K2:s kommunikator innan du börjar skriva
- Håll dig till cirka 20-25 sidor (max)
- K2 Outreach skrivs på svenska
- Befintlig K2 Outreach-mall ska användas
- Använd IEEE-systemet för referenser

## Exempel

### Skriv inte:

”Hederos och Hellberg (2000) presenterar en översikt gällande kollektivtrafikens förträfflighet. Författarna menar att kollektivtrafiken är bättre nu än någonsin förut. Stridsberg och Malmström (2013) ger vidare en jämförelse mellan olika länder i Europa i syfte att belysa vem som har mest attraktiv kollektivtrafik. Det visar sig att den är förträfflig i de allra flesta länder, förutom Portugal och Polen där Maggio och Hellström (2015) inte sett några tecken på förbättringar.”

### Skriv istället:

”Forskning visar att kollektivtrafiken är bättre nu än någonsin förut. Detta gäller de flesta europeiska länder, utom i Portugal och Polen där det inte går att se några tecken på förbättringar.” (slutnot)

Genom att på det här sättet skriva mer direkt och utan att beskriva vem som skrivit vad kan texten komprimeras. Det blir också mer driv i läsningen.

Tänk också på att jobba med dina rubriker och underrubriker. Gör dem innehållsrika och intresseväckande, genom att exempelvis använda dig av verb. Tänk på att rubriken ska sammanfatta avsnittets huvudpoäng samtidigt som det stimulerar till läsning. Hellre ” Kostnader ökar mer i trafiken ” än ” Kostnader”.



2025-02-19

## Processen för K2 Outreach

1. Författaren kontakter K2:s kommunikatör redan i idéfasen för att diskutera möjligheten att publicera rapporten i K2:s rapportserie (Outreach).
2. Författaren hämtar rätt mall på K2:s webbplats och arbetar fram ett utkast, med vetskap om att flera revideringar kan behövas.
3. När ett första utkast är klart skickas det till K2:s kommunikatör för en initial genomgång.
4. Rapporten granskas av K2:s föreståndare och kommunikatör, som avgör om den passar som en "K2 Outreach".
5. Eventuella ytterligare justeringar genomförs i samråd mellan författaren och kommunikatören.
6. När rapporten är godkänd tilldelas den ISBN och löpnummer samt kontrolleras avseende formalia av K2:s kommunikatör.
7. Rapporten trycks, vanligtvis i cirka 50 exemplar, varav författaren får ett antal, och publiceras digitalt.